



**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN SATU KAJIAN PERKHIDMATAN
KLINIK VETERINAR DI JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN NEGERI
KEDAH DARUL AMAN**

DISEDIAKAN OLEH

**AHMAD SHABUDIN BIN ARIFFIN
83433
SARJANA SAINS PENGURUSAN**

**FAKULTI PENGURUSAN PERNIAGAAN
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
SINTOK, KEDAH
OKTOBER 2004**

PENGAKUAN

Saya dengan ini mengaku bahawa kandungan yang terdapat dalam kajian ini adalah bagi kursus PZ6996 yang merupakan kerja individu saya kecuali keatas pernyataan-pernyataan yang telah saya nyatakan sumbernya dan karya yang telah saya berikan penghargaan.

Ahmad Shabudin bin Ariffin

Oktober 2004

**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN SATU KAJIAN PERKHIDMATAN
KLINIK VETERINAR DI JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN
NEGERI KEDAH DARUL AMAN**

Kertas Projek di serahkan kepada Fakulti Pengurusan Perniagaan
bagi memenuhi syarat pengijazahan Sarjana Sains Pengurusan

Oleh

Ahmad Shabudin bin Ariffin



Fakulti Pengurusan Perniagaan
(Faculty of Business Management)
Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)

Saya, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(I, the undersigned, certify that)

AHMAD SHABUDIN BIN ARIFFIN

calon untuk Ijazah
(candidate for the degree of)

SARJANA SAINS (PENGURUSAN)

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk
(has presented his/her project paper of the following title)

TAHAP KEPUASAN PELANGGAN SATU KAJIAN PERKHIDMATAN KLINIK

VETERINAR DI JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN NEGERI KEDAH DARUL AMAN

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas projek
(as it appears on the title page and front cover of project paper)

bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.
(that the project paper acceptable in form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia
(Name of Supervisor)

: **PROF. MADYA ABDUL AZIZ B. AB. LATIFF**

Tandatangan
(Signature)

:

Tarikh
(Date)

:

26/10/2004

Teristimewa untuk,

Mahasiswa,
Nurul Shafina, Nurul Shaima, Nurul
Shazwani, Nurul Syahira & Nurul Syafiqah

PENGHARGAAN

Alhamdulillah,bersyukur saya kehadiran Allah S.W.T kerana dengan petunjuk serta keizinan dan limpah kurniaNya telah memberikan dorongan untuk saya melengkapkan kajian ini. Dalam kesempatan ini juga saya turut merakamkan ucapan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih khususnya buat Profesor Madya Ab. Aziz bin Latiff selaku penyelia dalam projek ini yang akhirnya dapat disiapkan dalam tempoh yang ditetapkan. Seterusnya kepada Encik Shahimi bin Mohtar, calon ijazah kedoktoran (DBA), South Australia University yang telah memberi kebenaran untuk saya mengadaptasikan sebahagian daripada instrumen kajian.

Tidak lupa kepada Dr Quaza Nizamuddin bin Hassan Nizam, Pengarah Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah kerana kebenaran yang telah diberikannya untuk saya menjalankan kajian di Jabatan yang di terajui beliau. Akhir sekali tidak lupa saya hadiahkan penghargaan saya ini untuk keluarga tersayang, terima kasih atas segala pengorbanan dan sokongan yang diberikan sepanjang tempoh kajian ini dijalankan. Tanpa sokongan semua tidak mungkin kajian ini dapat disiapkan.

Saya berdoa semoga **Allah S.W.T** melimpahi segala rahmat dan mengasihani kalian semua. Segala jasa-jasa yang dicurahkan akan dikenang sehingga keakhir hayat.

Terima Kasih

Ahmad Shabudin bin Ariffin
Fakulti Pengurusan Perniagaan
Universiti Utara Malaysia
Oktober 2004

ABSTRAK

Kajian mengenai tahap kepuasan pelanggan terhadap sesuatu organisasi telah lama dilakukan dinegara maju terutamanya berorientasikan perkhidmatan namun tidak banyak dilakukan di Malaysia. Memandangkan kepada kajian-kajian empirikal tentang perkhidmatan kualiti yang ada pada masa tersebut masih tidak berupaya menyediakan suatu asas konseptual, satu kajian tinjauan telah dilakukan oleh Parasuraman untuk menyiasat kualiti perkhidmatan ini.

Hasil perubahan evolusi kualiti perkhidmatan di atas, pengukuran SERVQUAL telah digunakan sebagai alat bagi mengetahui tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Namun begitu kritikan terhadap SERVQUAL ini adalah berdasarkan logik terhadap apa yang diperlukan disebalik pengukuran yang dikehendaki. Kesahan (*validity*) dan kebolehpercayaan (*realibility*) yang terdapat pada SERVQUAL mempunyai perbezaan formulasi skor (*difference-score formulation*) dan demensinya melangkaui kepelbagaian.

Akhirnya G.S. Sureshchandar telah mengesyorkan bahawa kualiti perkhidmatan memerlukan lima dimensi yang dikenali sebagai, Teras perkhidmatan atau perkhidmatan produk (*core service or service product*), Elemen manusia atau perkhidmatan (*human elemen or service delivery*), Elemen bukan manusia (*non-human element*), Perkhidmatan yang nyata (*tangibles of services*) dan Tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Dengan menggunakan asas SERVQUAL dan dibuat penambahan instrumen berdasarkan kritikan G.S. Sureshchandar, adalah terbukti sememangnya peningkatan kepuasan pelanggan adalah bergantung kepada peningkatan dalam kualiti perkhidmatan.

ABSTRACT

Research of customer satisfaction level especially in a service oriented organization has long been carried out in advanced countries, but not so in Malaysia. In view of the empirical research done some time back, there is still no basic conceptual service quality in place, so a research survey was carried out by Parasuraman to investigate quality service.

From the above fruitful service quality evolution changes, SERVQUAL measurement has been used as a tool to know the level of customer satisfaction in regard to services given. However SERVQUAL critics are based on logically what is necessary in spite of the required measurement. To SERVQUAL validity and reliability has difference-score formulation and is beyond its variable dimension.

Finally G.S Sureshchander recommend that service quality needs five dimensions namely core service or service product, human element, tangibles of services and social responsibility.

With the aid of the SERVQUAL basic and instrumental addition based on G.S Sureshchandar's critics, it has been solely proven that the increase in customer satisfaction is based on the increase in service quality.

KANDUNGAN

MUKASUARAT

PENGAKUAN	i
TAJUK KAJIAN	ii
APENDIKS A	iii
DIDIKASI	v
PENGHARGAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KANDUNGAN	ix – xi
SENARAI JADUAL	xii
SENARAI RAJAH	xiii
DAFTAR KATA SINGKATAN	xiv

BAB 1 – PENGENALAN	1
1.0 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG LOKASI KAJIAN	5
1.2 KEPENTINGAN KAJIAN	7
1.2.1 Perspektif Pengkaji	10
1.2.2 Perspektif Organisasi	10
1.3 PENYATAAN MASALAH	11
1.4 OBJEKTIF KAJIAN	12
1.5 PERSOALAN KAJIAN	12

1.6	HIPOTESIS KAJIAN	13
1.7	KEKANGAN KAJIAN	13
BAB 2 - SOROTAN KARYA		14
2.0	PENDAHULUAN	14
2.1	KONSEP DAN PERKEMBANGAN TEORI KUALITI PERKHIDMATAN ..	14
2.1.1	Teori Kualiti Perkhidmatan	14
2.2	KERANGKA KAJIAN	29
BAB 3 - REKABENTUK DAN METODOLOGI KAJIAN		30
3.0	Pengenalan.....	30
3.1	METODOLOGI KAJIAN	30
3.2	SUMBER DATA	30
3.2.1	Populasi kajian	31
3.2.2	Sampel kajian.....	31
3.3	TEKNIK-TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	32
3.3.1	Instrumen	34
3.3.2	Kesahihan (validity) dan kebolehpercayaan (realibility).....	36
3.4	TEKNIK-TEKNIK ANALISA DATA.....	36
3.4.1	Ujian Pilot	37
BAB 4 - HASIL DAN INTERPRETASI KAJIAN.....		38
4.0	Pengenalan	38
4.1	ANALISIS PROFIL RESPONDEN	38
4.1.1	Analisis berkaitan dengan jantina responden.....	38
4.1.2	Analisis berkaitan dengan umur responden.....	39
4.1.3	Analisis berkaitan dengan tahap pendidikan responden.....	39
4.1.4	Analisis berkaitan dengan pekerjaan responden	40

4.1.5	Analisis berkaitan dengan pengalaman responden	41
4.1.6	Analisis berkaitan dengan jenis ternakan dimiliki responden	41
4.2	ANALISIS HIPOTESIS-HIPOTESIS KAJIAN KAJIAN	43
4.2.1	Pengujian Hipotesis	48
BAB 5 – RINGKASAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN		55
5.0	RINGKASAN	55
5.1	KESIMPULAN.....	57
5.1	CADANGAN.....	58
RUJUKAN		
LAMPIRAN		

SENARAI JADUAL

No. Jadual		Halaman
3.1	Taburan Responden Mengikut Status Jantina	31
3.2	Senarai item yang diubahsuai	34
3.3	Senarai item yang ditambah	35
3.4	Senarai item baru yang diubahsuai	35
3.5	Senarai item yang dimansuhkan	35
3.6	Nilai Alpha bagi setiap dimensi	37
4.1	Taburan Responden Mengikut Jantina	38
4.2	Taburan Responden Mengikut Umur	39
4.3	Taburan Responden Mengikut Tahap Pendidikan	39
4.4	Taburan Responden Mengikut Pekerjaan	40
4.5	Taburan Responden Mengikut Pengalaman Menternak	41
4.6	Taburan Responden Mengikut Jenis Ternakan Dimiliki	41
4.7	Taburan Responden Mengikut Bangsa	42
4.8	Taburan Responden Mengikut Taraf Pendidikan	42
4.9	Hubungan Semua Dimensi Terhadap Skor Pelanggan	44
4.10	Hubungan Antara Semua Dimensi Kualiti Perkhidmatan	48
4.11	Pengaruh Kualiti Perkhidmatan Terhadap Kepuasan Pelanggan	50
4.12	Tahap Kepuasan Pelanggan Mengikut Umur, Pendidikan dan Pengalaman	51

SENARAI RAJAH

	No. Rajah	Halaman
2.1	Model Kualiti Perkhidmatan	16
2.2	Model Kesenambungan bagi Kualiti Perkhidmatan	20
2.3	Kepuasan Pelanggan Terhadap Perkhidmatan Klinik Veterinar (KV) Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah (JPHNK)	29
4.1	Model Karangka Kajian – Hubungan Di Antara Semua Dimensi Dalam Kualiti Perkhidmatan.	49

DAFTAR KATA SINGKATAN

KV	: Klinik Veterinar
JPH	: Jabatan Perkhidmatan Haiwan
JPHNK	: Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah
TQS	: Total Quality Services
VEINS	: Veterinary Information System

BAB 1 – PENGENALAN

1.0 PENDAHULUAN

Apakah yang dimaksudkan dengan kualiti? Terdapat banyak takrifan yang diberikan terhadap kualiti. Namun begitu tidak terdapat satu pun takrif yang dapat dijadikan piawai dan definisinya dibuat mengikut disiplin masing-masing. Kadangkala ia menimbulkan perselisihan pendapat dan mengelirukan terutamanya bagi sektor perkhidmatan. Walaubagaimana pun ramai para sarjana kualiti melihat kualiti dari perspektif kepuasan pengguna walaupun kepuasan pengguna itu sendiri menjadi bahan perdebatan (Galloway, 1998). Juran (1980) memberi definisi kualiti sebagai “kepadanan untuk penggunaan” (*fitness for use*). Manakala Crosby (1979) mendefinisikan kualiti sebagai “kepatuhan kepada keperluan” (*conformance to requirements*). Secara umumnya dapat diringkaskan bahawa kualiti produk atau perkhidmatan mesti memenuhi kehendak, keperluan dan jangkaan yang diharapkan oleh pelanggan atau pengguna. Antara lain berpendapat “kualiti hendaklah dikaitkan dengan keluaran dan perkhidmatan yang dapat memuaskan hati orang ramai yang menjadi pelanggan kepada agensi-agensi kerajaan. Kehendak orang ramai ini sangat perlu diutamakan kerana mereka jugalah yang merupakan *stakeholders* kepada agensi-agensi kerajaan memandangkan merekalah yang memilih kerajaan yang memerintah”, (Ahmad, 1990). Berbagai definisi yang diberikan oleh penulis dan pengkaji mengenai kualiti perkhidmatan. Antaranya ialah;

“Quality is a standard, a goal or a set of requirements. Quality is a measurable goal, not a vague sense of a goodness. It is a continual effort

The contents of
the thesis is for
internal user
only

RUJUKAN

- Ahire, L.S., Landeros, R & Golhar, D.Y. (1995) **Total Quality management: a literature review and an agenda for future research**, *Production and Operations Management*, 4, m.s.277-306.
- Babakus, E. & Boller, G.W. (1992). **An empirical assessment of the SERVQUAL scale**, *Journal of Business Research*, 24, m.s 253-268
- Bandura, Albert. (1984). "Recycling Misconceptions of Perceived Self-Efficacy". *Cognitive Theory and Research*, 8(3), 231-255.
- Chowdhury, Jhinuk. (1993). **"The Motivational Impact of Sales Quotas on Effort"**. *Journal of Marketing Research*, 30, 28-41.
- Cronin J.J. dan S.A. Taylor (1992). **Measuring service quality: A reexamination and extension**, *Journal of Marketing Research*, 56, 55-68.
- Cronin J.J. dan S.A. Taylor (1994). **SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality**, *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
- Crosby, P.B. (1979), *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*, New York, New American Library.
- Galloway, R.L. (1998), **Quality Perceptions of Internal and External Customers: A Case Study in Educational Administration**, *The TQM Magazine*, Vol.10, m.s.20-26
- Gronroos, C. (1982), *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Helsingfors: Swedish School of Economic and Business Administration.
- Hayes, B.E. (1998), *Measuring Customer Satisfaction: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Method*, Wisconsin: ASQC Quality Press.
- James M. Carman, **Consumer Perceptions of Service Quality : An Assessment of the SERVQUAL Dimensions**, *Journal of Retailing*, Vol.66, 1990.
- Juran, J.M. (1980), *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use*, New York: McGraw Hill, Inc.

- Lehtinen, U. dan Lehtinen, J.R. (1982), **Service Quality: A Study of Quality Dimensions**, unpublished working paper, Helsinki: Service Management Institute, Finland.
- Lewis, R.C. dan Booms, B.H. (1983), **The Marketing Aspects of Services of Service Quality**, In *Emerging Perspectives on Service Marketing*, Chicago: American Marketing, m.s.99-107
- Milakovich, E.M. (1995) *Improving Service Quality* (Delray Beach, FL. St. Lucie Press).
- Mills, P.K. & Morris, J.H. (1986) **Clients as partial employees of service organizations : ole development in client participation**, *Acedemy of Management Review*, 11, m.s.726-735.
- Nik Kamariah, N. (1995), **Determinant of Sales Performance in Insurance Industry: A Cross-Cultural Comparison Between the UK and Malaysia**, Tesis Phd, University of Aston, Birmingham.
- Norman, R. (1991) *Service Management* (West Sussex, John Wiley).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1985), **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research**, *Journal of Marketing*, Vol.49.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1988), **SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality**, *Journal of Retailing*, Vol.64 No.1, m.s. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1991), **Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale**, *Journal of Retailing*, Winter, m.s.420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1991), **Understanding Customer Expectation of Service**, *Sloan Management Review*, Spring, m.s.38-48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1993), **The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service**, *Journal of Academy Marketing Science*, Winter, m.s. 1-12
- Sasser, W.E. Olsen, R.P. dan Wyekoff, D.D. (1998), *Management of Service Operations: Text and Cases*, Boston: Ally & Bacon.

- Schneider, B., Ashworth, S.D., Higgs, A.C. & Carr, L. (1996a) **Design, validity, and use of strategically focused employee attitude surveys**, *Personnel Psychology*, 49, m.s.695-705.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1985) **Employee and customer perceptions of service in banks: replication and extension**, *Journal of Applied Psychology*, 70,m.s.423-433.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1992) **Personnel/human resources management in the service sector**, *Research in Personnel and Human Resource Management*, 10, m.s. 1-30.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1993) **The service organization: human resources management is crucial**, *Organizational Dynamics*, 21, m.s.39-52.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1995) *Winning the Service Game* (Boston, MA, Harvard Business School Press).
- Zeithaml, V.A dan Bitner, M.J (2000), *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Boston: McGraw-Hill.
- Zemke, R. & Schaaf, D. (1990) *The Service Edge* (USA, Penguin Books)